大数据环境下传统媒体与新媒体的融合与发展

摘　要：伴随着大数据时代的到来，新媒体的发展给传统媒体带来了一定的冲击，这使得传统媒体不得不应对新媒体的挑战。在信息多元化发展的今天，传统媒体与新媒体的融合已经成为不可阻挡的趋势，正是在这样的背景下，本文着重从大数据的背景着手，对传统媒体与新媒体的融合与发展进行研究，从而为传统媒体与新媒体的融合与发展提出有益建议。

关键词：大数据；传统媒体；新媒体；融合与发展
中图分类号：G206　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2018）06-031-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.06.003

文 / 刘烁

在大数据时代背景下，为传统媒体和新媒体的发展带来前所未有的挑战的同时，也为它们的发展带来了机遇，传统媒体与新媒体间的矛盾也逐渐显现。如何对传统媒体与新媒体间的矛盾进行调和，从而促进媒体事业的发展，需要人们认真思考。

1. 大数据的相关概念及特征

1.1 大数据的概念

“大数据”最早是由维克托・迈尔－舍恩伯格及肯尼斯・库克耶于 2008 年首先提出的，并从此得到了广泛的应用。大数据是指当无法在一定条件下运用常规软件工具对数据集合的收集、管理和处理时，运用新处理方式从而实现强大的决策力、发现力和优化能力的海量、高增长率和多样化的信息资产。

大数据的产生为人们对信息的获得和处理提供了便利，使人们摆脱了时间与地域的限制，进入了普适计算的时代。值得注意的是，尽管大数据给我们带来大量的信息，但这些数据信息并不是杂乱无章的，需要我们了解数据间的关联并加以利用，从而发挥大数据的最大经济效益和社会效益。

1.2 大数据的主要特征

对于大数据的特点，从宏观方面来说，大数据总的来说具有数据信息量大、查询分析复杂等特点。从微观上来说，大数据具有海量大、多样性、高速性和易变性等几方面的特点。这里我们主要从微观上进行解释。

海量。目前大数据的规模在不断地变化，据相关的预测，到 2020 年，数据在全球范围内将扩大近 50 倍。同时还会有一些意想的数据来源。

多样性。数据的多样性主要是数据的来源非常广泛，其中包括网络、社交媒体、互联网、手机通话记录以及传感器网络等一系列数据来源。

高速性。大数据的高速性主要是指数据的创建以及移动的快速性。在当今网络信息技术高速发展的背景下，人们越来越注重对高速处理器和服务器软件性能的优化，从而促进实时数据的产生。这要求企业不仅要了解如何加快创建数据，还要知道如何及时地对数据进行处理以及反馈给用户，以满足用户需求。

易变性。大数据的多层结构特点，决定了大数据会在不同的情境下表现出多种形式和种类。这种不规则的多变性，不利于人们对传统应用软件的分析。虽然传统业务数据随着时间的演变已经有所发展，但仍值得企业从多层复杂的数据中挖掘有益的价值。

2. 大数据背景下媒体的发展

2.1 大数据对媒体发展的影响

媒体是信息传播的中介和桥梁，人们主要是通过媒体获得信息。随着经济与技术的发展，以电脑、数字电视、移动电话为代表的新媒体逐渐走进人们的生活中，并迅速被人们所接受。而与之相对的，以电视、广播、报刊杂志等为代表的旧媒体则逐渐淡出人们的视线，这直接导致了传统传媒导向功能的弱化。在大数据的背景下，获取信息的方式越来越多样化，获得信息的及时性以及真实性越来越强。在这样的背景下，大数据给媒体的发展带来了前所未有的机遇和挑战。

2.2 大数据背景下新媒体的发展的特点

第一，新媒体作为一个动态概念并不是一成不变的，在不同的时代背景下，新媒体具有不同的内涵。在当代，新媒体是相对于旧媒体而言的，以电脑、网络为典型代表。

第二，新媒体具有一定的创新性。在大数据背景下，新媒体受大数据多结构复杂的影响，使得新媒体实现了在形式上、理论上与实践上的创新，这种创新蕴含着明显的历史性和地域性。

第三，新媒体最鲜明的特征就是交互性。这里的交互性是指，在大数据的背景下，新媒体实现了信息的发出者与接收者间直接的信息交流和互动。相较于传统媒体来说，新媒体赋予了信息双发的双重身份，作为信息的接收者在信息的交流与互动中拥有了一定的掌控权，也就是说，新媒体使旧媒体中的信息发出者与接收者之间的身份不再有差别。

2.3 传统媒体与新媒体在融合与发展中的困境

网络信息技术的发展推进了传统媒体与新媒体的融合与发展。传统媒体与新媒体融合的主要原因是受大数据发展的影响，通过大数据，传统媒体与新媒体在资源重置中实现了资源的共享与发展，这种传统媒体与新媒

体融合的局面越来越明显，也越来越需要。一些重要的新闻媒体、政府以及社会组织纷纷创建了自己的网络平台，公众参与度也越来越高，这既为公众参与公共事务提供了可能，同时又为实现媒体融合向更深层发展提供了可能。但传统媒体与新媒体的融合过程中也会遇到了一些困境。

传统媒体与新媒体融合与发展的目标指向不明。传统媒体与新媒体之间融合目标的不明确主要是由于新媒体的发展快于业界人士的认知，导致相关的研究达不到实际的需要，这种情况在一定程度上制约和影响了传统媒体与新媒体的融合。同时，传统媒体与新媒体融合目标的不明确也使得两种媒体的融合观念模糊不清，传统媒体与新媒体融合得不够，即传统媒体的“专业性”“威信力”与新媒体信息的快速传播和广泛影响的融合不足，直接导致了传统媒体被新媒体所掩盖，新媒体的内容缺乏一定的真实性和公信力。

媒体的管理体制落后。一方面，长期发展以来，受传统媒体的森严管理体制的影响，组织结构与人员的分配不能协调统一；另一方面，传统媒体与新媒体的融合中存在着矛盾，如对于一条信息发布的先后问题等，正是由于这样未能解决的问题，使得传统媒体中的专业人员不能很好地为新媒体所用，从而制约了媒体行业的发展。

媒体从业人员的专业素质有待提高。传统媒体与新媒体融合与发展的水平在很大程度上受制于相关从业人员的专业素质。目前，传统媒体的相关从业人员对新媒体的技术掌握和了解不够，并不具备与新媒体相融合的能力。这主要是由于目前新媒体的研发人员与传统媒体的从业人员之间存在着专业差异，这使得传统媒体和新媒体在技术层面上不能很好地融合，直接导致了媒体融合与发展理念不能很好地定位和制定发展战略。

3. 如何促进传统媒体与新媒体融合与发展

3.1 以为民服务为媒体融合与发展的目标

在传统媒体同新媒体的融合与发展过程中，要以保护民众的隐私和为民众提供需要为目标指向，这对媒体事业的发展具有重要的引领作用。在大数据背景下，受众者的隐私被暴露的现象时有发生，就目前的发展来看，保护受众者的个人隐私并不是件易事，这就要求我们实事求是，根据现实情况提出解决问题的办法。就目前来说，我们应该加强内部数据的管理以及监督，加强服务器的安全，形成科学的完备的隐私保护制度。在保证受众隐私的同时，对客户的需要进行了解和掌握，从而调整传统媒体与新媒体融合方向，进而促进媒体事业的发展，满足大众的需要。

3.2 建立健全媒体融合的法律规范和监管制度

在当前媒体事业的快速发展下，各个媒体在树立新观念的同时，也渐渐试图创新，实现全媒体时代。但伴随着网络技术的发展，利用网络进行诈骗和网络暴力的现象时有出现，为了解决这一现象，要建立健全媒体融合的法律规范和监管制度。一方面，法律规范和监管制度作为一种强制手段，为新旧媒体的融合提供了良好的网络环境，具有一定的保障作用；另一方面，通过对现有的相关法律的有针对性的完善，对新媒体的形式和内容进行规范，为媒体的发展指明了方向，通过加强对网络的监管力度，对新媒体的运行和服务进行相关规定，加大对不良信息的防御能力。

3.3 提升媒体从业人员的专业素质

在大数据时代背景下，经济迅速发展，普通大众对媒体的需求越来越多，要求也越来越高，所以，为了满足广大群众的需求与要求，媒体从业者有必要对媒体产品的质量进行反思。人才是发展的重要基础，可以说，人才竞争在一定程度上代表着企业的竞争，因此，为了在竞争中占有一定的优势，必须提高从事媒体工作的相关工作人员的专业素质，从而提高媒体从业人员队伍的整体素质。当前，社会需要的是全能型的人才，即要求相关从业人员能够掌握与自己专业相关的知识和技能，注重对自身的监督和提高。这就需要传统媒体从业人员了解新媒体的研发特点以及相关的技术，需要新媒体研发人员掌握传统媒体的优势，更需要传统媒体与新媒体的相关从业人员转变原有的思想观念，突破各自的局限性，树立新的媒体观念。在树立新观念的同时，努力提高自身的新媒体软件使用水平，提高采编、设计以及传播能力，熟练掌握相关的设备操作。

结语

目前，我国新旧媒体的融合还处于发展初期，还有很多的问题急需我们发现和解决。新旧媒体融合是一个缓慢的过程，并不是一蹴而就的，但新旧媒体的融合确实是媒体行业发展的必经阶段，只有这样媒体行业才能发展。总之，我们要对新旧媒体的融合有一个清楚的认识，使传统媒体与新媒体在取长补短、协调宽容中向着相同的方向融合、发展，以期实现新旧媒体的最大价值。媒

参考文献

[1] 陈寿富 . 大数据背景下传统媒体与新媒体融合发展战略 [J]. 江淮论坛，2016（4）.
[2] 邓备 . 传播学视阈下的大数据研究——基于CNKI高被引论文的分析 [J]. 西南民族大学学报（人文社科版），2016（5）：164.
[3] 赵泰霖 . 大数据背景下传统媒体与新媒体的融合发展 [J]. 科技经济导刊，2017（7）.

（作者单位：吉林省长春市信息中心）